

Oktober 2026

CB

CINEBULLETIN Nr. 560

Zeitschrift und
Plattform der Schweizer
Filmbranche

FOKUS

Filmfestivals

Festivals zwischen öffentlicher
Förderung, Sponsoren
und gesellschaftlichem
Zusammenhalt

International

Die KI-SchauspielerIn Tilly
Norwood ist für die westliche
Filmindustrie die Vorbotin für
eine Entwicklung, die in China
bereits vollbracht ist.

Winterthur

Die Filmmacherin Naomi
Pacifique präsentiert ihren
neuen Kurzfilm an den
Internationalen Kurzfilmtagen.



suissimage **SSA** société
suisse des
auteurs

Wir begleiten die Verbreitung deiner Werke und
kümmern uns um faire Entschädigungen.

Hinter jedem
audiovisuellen Werk
stehen Menschen.
Wir schützen ihre
Urheberrechte.

-S.6-

Fokus

Philippe Clivaz

Der Präsident der Conférence des festivals über die kulturelle und wirtschaftliche Rolle von Filmfestivals.

-S.8-

Fokus

Förderung des Bundes

Nadine Adler Spiegel erläutert die Entscheidungen des BAK in Bezug auf Schweizer Festivals.

-S.9-

Fokus

Sponsoren

Was Unternehmen dazu bewegt, Filmfestivals zu unterstützen.

-S.10-

Fokus

Verbindungen schaffen

Spezialisierte Festivals eröffnen Begegnungsräume und geben anderen Sichtweisen eine Stimme.

-S.11-

Fokus

Zürich Summit

Das Kino buhlt mit den Onlineplattformen um die Aufmerksamkeit des Publikums.

-S.12-

Treffpunkt

Gilles Jobin

Mit «Sunset Motel» erkundet der Choreograf die virtuelle Realität.

-S.15-

Neue Talente

Naomi Pacifique

Die Filmemacherin erkundet Intimität und Natur in einem Kurzfilm, der in Winterthur präsentiert wird.

-S.16-

Produktion

Englisch

In Venedig sprachen drei Schweizer Filmschaffende über Englisch als mögliche Filmsprache.

-S.17-

International

KI

Virtuelle Schauspieler sind auf dem Vormarsch.

-S.19-

Standpunkt

Relevanz

Pablo Callisaya über das Verhältnis zwischen Inhalt und künstlerischer Form im Schweizer Film.

-S.20-

Sud-est

Animation

Die Lugano Animation Days setzen auf Begegnung und treten für handwerkliches Schaffen ein.

Das, was zählt



© Kenza Wadimoff

Wie verteidigt man den Wert der Festivals, ohne ihn auf messbare Grössen zu reduzieren? Wirtschaftlicher Nutzen, Besucherzahlen, Ausstrahlung: Diese Kennzahlen prägen die Bilanz der Veranstaltungen unseres Kulturkalenders. Die neuste Analyse der Conférence des Festivals untersuchte acht von ihnen und zeigt, dass jeder investierte Franken an Fördergeldern im Schnitt 2,30 Franken direkte Ausgaben in der Schweiz generiert. Die lokale Wirtschaft profitiert also auch.

Diese Zahlen sind nützlich für den politischen Dialog, zeigen jedoch nicht die ganze Wahrheit. Zeit für den Austausch mit einem Filmschaffenden, ein Gespräch unter Branchenleuten oder Werke, die es sonst kaum zu sehen gibt: Unser Fokus thematisiert auch diese weniger messbaren Aspekte des Festivallebens.

Bei manchen Festivals geht es genau darum, Filme zu zeigen, die sonst nirgendwo Platz finden. So entstand das Black Film Festival in Zürich aus der Erkenntnis, dass schwarze Filmschaffende in unseren Kinos kaum vertreten sind. Das Look & Roll in Basel zeigt Werke von und mit Menschen mit Behinderungen und legt besonderen Wert auf Zugänglichkeit. Filme zum Entdecken, aber auch Raum für Begegnungen und Austausch – darin liegt die Stärke der spezialisierten Festivals. Die Co-Leiterin des Look

& Roll hofft dennoch, dass diese Filme irgendwann keine gesonderte Veranstaltung mehr benötigen, um gezeigt zu werden. Bis es so weit ist, brauchen die Festivals aber Mittel, um zu überleben.

Das Bundesamt für Kultur möchte neue Festivals unterstützen, doch nicht alle erfüllen die Kriterien, und das Budget ist auf vier Millionen Franken pro Jahr begrenzt. Finanzierungen sind auch über private Partner möglich, die vor allem an den grossen Aushängeschildern der Filmbranche interessiert sind. Doch wie unterstützt man das weniger Sichtbare, wenn genau diese Sichtbarkeit für Unternehmen so wichtig ist? Gemäss Nadine Adler Spiegel bedeutet Weiterentwicklung nicht unbedingt Wachstum. So kann auch Qualität und Einzigartigkeit gefördert werden, ohne dabei höhere Besucherzahlen anzustreben.

Am Zürich Summit versprechen YouTube und TikTok, dem Film zu mehr Publikum zu verhelfen. Doch dazu müsste dieses neben der Aktivität auf den Plattformen erst einmal Zeit haben, um sich Filme anzuschauen. Festivals bieten ebendiese Gelegenheit.

Nicht zuletzt müssen gute Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden dieser wichtigen Veranstaltungen geschaffen werden. Philipp Clivaz spricht über die Prekarität von befristeten Arbeitseinsätzen und die Rolle der Freiwilligen. Die Zahlen liefern dabei ein gutes Argument, um Mittel zu rechtfertigen, selbst wenn sie nicht die ganze Realität abbilden....

Adrien Kuenzy
Co-Chefredaktor

PLACÉE – Ein gestohlenes Leben

©2026 Rita Productions / RTS

Ein weiteres Stück Schweizer Filmkultur.
Entdecken Sie die neue Serie auf Play Suisse.



Für eine Schweiz, die zusammenkommt,
zusammen gestaltet und zusammenhält.

SRG SSR

RSI RTR RTS SRF



Die 2019 eingeführte Förderung digitaler Experimente von Cinéforum läuft aus. Sie hat rund 40 Werke unterstützt. Die letzte Gesuchseingabe ist erfolgt; die Jury tritt am 3. November ein letztes Mal zusammen.

Das Genfer Kino Sputnik feiert am 29. Oktober nach mehrmonatigen Umbauarbeiten seine Wiedereröffnung. Ein umgestalteter Kinosaal, eine neue Bar, ein Konsultationsraum und ein 4K-Laserprojektor von Barco modernisieren das Kino, das seiner Verbundenheit zum analogen Film treu bleibt. Unterstützt wurden die Umbauarbeiten unter anderem von der Loterie Romande und der Fondation Hans Wilsdorf.

Mit seinem Pilotmodul «Kultur als Arbeitswelt» erhebt das «Schweizer Kulturmonitoring» Daten zur wirtschaftlichen Situation von Kulturschaffenden und zu den Rahmenbedingungen von Kulturunternehmen. Das vom Bundesamt für Kultur lancierte Instrument wird regelmässig aktualisiert und erweitert.

Die Regisseurin Elisa Gómez Álvarez, die bereits in unserer Zeitschrift porträtiert wurde, entwickelt rund um «To the Moon and Back» eine «Impact»-Kampagne in der Schweiz und auf den Philippinen. Im Zentrum stehen der Zugang zu Wissenschaft und Bildung angesichts des Klimawandels. Mit dieser alternativen Vertriebsstrategie sollen die Generation Z und Studierende auch ausserhalb von Kinos und Filmfestivals erreicht werden.

Der Budgetentwurf 2027 der Stadt Genf sieht eine Kürzung des Beitrags an die Cinémas du Grütli um 100'000 Franken vor, was einem Rückgang von knapp 15 Prozent entspricht. Die Institution, deren Besucherzahlen sich seit 2020 bei gleichbleibender städtischer Subvention mehr als verdoppelt haben, hat eine Petition lanciert, um ihre erschwinglichen Eintrittspreise und ihr Programmangebot, insbesondere im Bereich des Schweizer Films und des filmischen Erbes, zu bewahren. Am 13. Oktober richteten zudem mehr als 90 Persönlichkeiten des Schweizer Films auf Initiative des Filmemachers Nicolas Wadimoff einen offenen Brief an den Gemeinderat.

Ausnahmsweise streicht das Bundesamt für Kultur (BAK) den Eingabetermin vom 11. Januar 2027 für Gesuche um selektive Filmproduktionsförderung. Der darauffolgende Termin wird auf den 1. März vorgezogen. Das jährliche Förderbudget bleibt unverändert und wird auf die drei verbleibenden Eingabetermine verteilt.

Das Netzwerk CEE Animation aus Mittel- und Osteuropa lanciert das Young Audience Rating System (YARS). Das gemeinsam mit der Medienpsychologin Martina Peštaj entwickelte kostenlose Instrument hilft Filmschaffenden, Verleihern und Festivals zu verstehen, wie das junge Publikum Animationsfilme je nach Alter wahrnimmt.

Die Schweizer Internetseite KinoGrid verzeichnet kostenlose Streamingangebote von Fernsehsendern und offiziellen YouTube-Kanälen und listet die verfügbaren Filme und Serien auf. Sie ist ohne Registrierung zugänglich und verweist auf die jeweiligen Anbieter, ohne die Inhalte selbst zu beherbergen.

Die 15. Ausgabe von «Palestine: Filmer c'est exister» findet vom 25. bis 29. November in Genf statt. Auf dem Programm stehen vom Filmemacher Mohanad Yaqubi restaurierte Archivaufnahmen, Filme junger Filmschaffender der Universität Dar Al-Kalima sowie eine Podiumsdiskussion über die Zerstörung und Eröffnung von Kinos in Palästina.

Memoriav erweitert seine Rubrik «Cinéma : l'Histoire pour mémoire. Helvetica extranea. Les enjeux du paysage» mit der Publikation «Backdrop Switzerland» von Cornelius Schregle über die Rolle der Schweiz in ausländischen Filmproduktionen. Eine zweite Publikation ist den beiden Bergsteigerfilmen «La Croix du Cervin» (1922) und «L'Ascension du Gabelhorn» (1924) gewidmet, von denen kürzlich Ausschnitte online zugänglich gemacht wurden.

Philippe Clivaz: «An Festivals sind die Menschen offener»

Filmfestivals kommen auch der lokalen Wirtschaft zugute. Der Präsident der Conférence des Festivals spricht über ihren kulturellen Nutzen und die Notwendigkeit öffentlicher Unterstützung.

Die Fragen stellten Adrien Kuenzy und Teresa Vena

Für jeden investierten Franken an Fördergeldern fließen 2,30 Franken in die Wirtschaft zurück. Diese Kennzahl möchte die Conférence des Festivals mit ihrer Analyse zu acht Schweizer Festivals hervorheben. Die nach den Sommerferien, kurz nach Bekanntgabe der neuen Unterstützungsbeiträge des Bundesamts für Kultur veröffentlichte Studie soll unter anderem als Argument gegenüber der Politik dienen. Doch der Präsident der Konferenz Philippe Clivaz spricht auch das an, was aus den Zahlen nicht klar hervorgeht: Teams, die grösstenteils aus Temporärkräften oder Freiwilligen bestehen, Eintrittspreise, die erschwinglich bleiben müssen sowie Festivals, die neben einem stabilen Fundament aus öffentlichen Geldern vermehrt nach privaten Investoren suchen. Ein Gespräch.

Weshalb haben Sie diese Analyse gerade jetzt durchgeführt?

Wir haben bereits vor einigen Jahren damit begonnen, insbesondere um die Erfassung der Besucherzahlen an den Festivals zu vereinheitlichen. Die Analyse stützt sich auf Zahlen von 2023 bis 2025 aus Dokumenten, die auch an das Bundesamt für Kultur übermittelt wurden.

Ihre wichtigste Kennzahl besagt, dass jeder investierte Franken an Fördergeldern im Schnitt 2,30 Franken direkte Ausgaben in der Schweiz generiert. Wie kommen Sie auf diese Zahl?

Wir baten die acht Festivals, anhand ihrer Budgets und ihrer Buchhaltung auszurechnen, wie gross der Anteil ihrer Ausgaben in der Schweiz ist. Im Durchschnitt liegt er bei 91,43 Prozent. Diese Ausgaben vergleichen wir dann mit dem Gesamtbetrag der öffentlichen Fördergelder von Bund, Kantonen und Gemeinden. So kommen wir auf einen

Schnitt von 2,30 Franken, die pro investiertem Franken an Fördergeldern in der Schweiz ausgegeben werden. Dies beinhaltet unter anderem Hotels, Saalmieten, Löhne und Druckkosten.

Legen Sie so starkes Gewicht auf den wirtschaftlichen Aspekt, weil heutzutage das kulturelle Argument nicht mehr ausreicht, um die öffentliche Hand für Festivals zu gewinnen?

In der Conférence des Festivals sind hauptsächlich organisatorische, operationelle und administrative Verantwortliche vertreten. Was wir hier hervorheben, sagt nichts über die künstlerische Ebene aus, die viel schwieriger zu vergleichen ist. Uns interessierte es darzulegen, dass durch die Investition öffentlicher Gelder auch die lokale Wirtschaft gefördert wird, und das ist uns gelungen.

Kann ein Festival seine Abhängigkeit von öffentlichen Geldern reduzieren? Ist ein zu weiten Teilen selbsttragendes Modell realistisch?

Das dürfte eher schwierig sein. Die Förderungen stellen insgesamt 39,77 Prozent der Budgets der acht untersuchten Festivals dar. Ohne diesen Anteil könnten die Veranstaltungen nicht durchgeführt werden. 40 bis 50 Prozent des Budgets wird für Löhne aufgewendet. Wir wollen die Mitarbeitenden angemessen bezahlen. Da die Rolle eines Festivals in erster Linie darin besteht, Filme zu zeigen und Leute zusammenzubringen, können wir auch nicht darauf verzichten, Regisseure und Regisseurinnen einzuladen.

Selbst grössere Festivals setzen nach wie vor stark auf Freiwillige, Temporär- und Teilzeitkräfte. Wie stehen Sie zu diesen prekären Arbeitsbedingungen?



Beim Locarno Film Festival kommen jährliche Tausende auf

Freiwilligenarbeit ist ein fester Bestandteil von Kultureinrichtungen, insbesondere in den Vorständen. Die soziale Unsicherheit befristeter Anstellungen ist eine Realität. Wir versuchen, unseren Sektor vermehrt zu professionalisieren, indem wir gewisse Kompetenzen teilen. So verwenden zum Beispiel einige Festivals die gleichen Datenbanken oder Kartenverkaufssysteme, für die es spezielle Kenntnisse braucht. Dadurch können gewisse Fachkräfte im Lauf des Jahres für mehrere Festivals arbeiten. Je nach Veranstaltung gibt es bis zu 15 Festangestellte sowie rund 30 Personen, die an mehreren Festivals tätig sind, in ähnlichen oder auch in unterschiedlichen Positionen.

Das FIFF hat seine regionale Verankerung gestärkt, insbesondere durch Partnerschaften mit lokalen Marken und Unternehmen. Stellen Sie allgemein eine wachsende Bereitschaft der Unternehmen zur Zusammen-

Arbeit mit Schweizer Festivals fest?

Das ist ein sehr langwieriger Prozess. Bevor man private Unterstützung suchen kann, muss man bereits über eine starke öffentliche Förderung verfügen. In der Region Freiburg gibt es nicht sehr viele grosse Unternehmen oder Superreiche. Wir arbeiten deshalb eher mit kleinen Sponsoren als mit grossen Hauptpartnern. Allmählich trägt unsere Arbeit Früchte. An den Festivals, an denen ich verkehre, sieht man immer mehr lokale Wirtschaftsvertreter, insbesondere an den

ohne Unterstützung des Bundes überleben können, kann man nicht behaupten, es gebe zu viele davon.

Wie gestaltet sich derzeit das Verhältnis zwischen Festivals und Kinos?

Die Kinos generieren mehrere Millionen Eintritte. Die Besucherzahlen der Festivals nehmen zwar zu, liegen jedoch immer noch bei rund einer halben Million pro Jahr. Ich denke, das Publikum schätzt besondere Erlebnisse. So zieht eine Vorpremiere ausserhalb eines Festivals oft mehr Publikum an als eine Vorführung ohne Begleitung. Es besteht jedoch eine gegenseitige Abhängigkeit. Die meisten Festivals könnten ohne die Kinos nicht überleben. Die Kinos brauchen die Festivals zwar nicht zum Überleben, aber sie bringen das ganze Jahr hindurch ein bisschen Würze in ihren Alltag.

**Ein Festival kann Publikums-
kreise mit sehr spezifischen
Interessen anziehen und zu-
gleich versuchen, die Öffent-
lichkeit für neue Filmformen
oder Themen zu begeistern.
Ist es schwierig, sowohl ein
Treffpunkt für Stammgäste
zu sein als auch ein neues
Publikum anzusprechen?**

Im Fall des FIFF ist es frappant. Wir haben einen harten Kern, der seit 30 Jahren dabei ist. Im Zug der Weiterentwicklung des Festivals und der Wechsel in der künstlerischen Leitung wurde uns bewusst, dass es auch Platz gibt für ein etwas weniger engagiertes, künstlerischeres Kino sowie für mehr Unterhaltung. So müssen wir keinen Spagat zwischen zwei Publikumskreisen machen, sondern können sie zusammenbringen. Zudem arbeiten wir seit 40 Jahren mit Schulen. Rund 250'000 Schüler und Schülerinnen waren bereits an unserem Festival. Einige von ihnen werden wahrscheinlich so traumatisiert, dass sie nie wieder ins Kino gehen (lacht). Doch die meisten entdecken ihre Leidenschaft für den Film und kehren ins Kino zurück.

Inwiefern spielen die Festivals eine Schlüsselrolle für die Sichtbarkeit des Schweizer Films?

Es kann vorkommen, dass ein Film an einem Festival gut startet und danach im Kino keinen Erfolg hat. Im Allgemeinen ist die Wirkung jedoch meist positiv. Einheimische



Philippe Clivaz © Pierre-Yves Massot / FIFF

Filme stehen im Mittelpunkt, und an Festivals sind die Menschen einfach offener. Das hilft dem Schweizer Film, seinen Platz zu finden.

**Wie arbeitet die 2010 gegründete
Conférence des Festivals konkret?
Was sind aktuell ihre wichtigsten
Ziele und Tätigkeiten?**

Aktuell beschäftigen uns konkrete organisatorische Herausforderungen: Wie können wir beispielsweise sicherstellen, dass die Löhne, die Lebensbedingungen und die Stresssituation im Zusammenhang mit der Festivalorganisation es den Mitarbeitenden ermöglichen, langfristig eine Tätigkeit auszuüben, die ihnen gefällt, ohne zwischenzeitlich arbeitslos oder krank zu werden? Dann ist da noch die politische Anerkennung, die die Festivals noch unverzichtbarer machen würde und das Bewusstsein der Politik für ihren Unterstützungsbedarf schärfen würde. ■

Einige Kennzahlen

Die Analyse der Conférence des Festivals basiert auf den Daten der acht Festivals, die zwischen 2023 und 2025 eine Förderung des Bundes erhielten. Sie bezieht sich auf ein Gesamtbudget von 35,4 Millionen Franken pro Jahr, wovon 14,1 Millionen aus öffentlichen Quellen stammen. Gemäss den Festivals generiert jeder investierte Franken an öffentlichen Geldern zwischen 1,64 und 3,75 Franken direkte Ausgaben in die lokale Wirtschaft. Die acht Festivals zusammen beschäftigen 112 Mitarbeitende in Jahresanstellung und rund 2'500 Personen während der Veranstaltungen, Freiwillige mit eingerechnet. Ihre Programme zeigen Produktionen aus mindestens 60 Ländern und fünf Kontinenten. ■



f die Piazza Grande. © Locarno Film Festival

Eröffnungsfeiern. Unsere grösste Aufgabe besteht darin, ihnen zu erklären, dass das Festival nicht nur aus dieser Feier besteht, sondern dauerhafte Unterstützung benötigt.

Wie beurteilen Sie die Auswahl des Bundesamts für Kultur für die Festivalförderung 2027 bis 2029?

Im Ganzen recht positiv. Wir wissen, dass die Mittel begrenzt sind und dass der grösste Teil der Budgets in die Produktion fliesst, was durchaus üblich ist. Auch stellen wir einen gewissen Willen zur Stabilität fest. Über die drei letzten Perioden gab es einige Erhöhungen und Veränderungen bei den Förderungen für gewisse Festivals, doch es ist eine Linie erkennbar: Das Bundesamt für Kultur hat sich dafür entschieden, die Mittel nicht nach dem Giesskannenprinzip zu verteilen, sondern zehn Festivals gezielt zu fördern. Das erscheint mir ziemlich kohärent. Bedeutet das, dass alle anderen schlecht sind? Nein, bei Weitem nicht, jedes hat seinen eigenen Charakter. Solange Festivals auch

Nadine Adler Spiegel: «Es kann keine geschlossene Liste sein»

Ein neues Festival tritt in den Kreis der von 2027 bis 2029 vom Bund unterstützten Filmfestivals. Wie ist dies ohne zusätzliche Mittel möglich? Die Co-Leiterin der Sektion Film des Bundesamts für Kultur spricht über die Auswahlkriterien und Abwägungen, die die Schweizer Festivallandschaft prägen.



Nadine Adler Spiegel © Susanne Goldschmid

Die Fragen stellte Adrien Kuenzy

Das Festival international du Film Alpin Les Diablerets wird als einziges neu vom Bundesamt für Kultur unterstützt. Was hat Ihre Experten und Expertinnen dazu bewogen, es auszuwählen?

Wir betrachten diese Unterstützung als eine Art Starthilfe. Sie trägt den vom Expertengremium festgestellten Qualitäten des Festivals Rechnung, aber auch unserem Willen, die Schweizer Festivallandschaft weiterzuentwickeln. Bisher unterstützten wir immer die gleichen neun Veranstaltungen. Es ist wichtig, diesen Kreis erweitern zu können, wenn auch in bescheidenem Rahmen. Es kann keine geschlossene Liste sein. Das Festival von Les Diablerets weist ein sehr interessantes Entwicklungspotenzial auf.

Zwölf Festivals haben sich beworben, darunter die neun bereits unterstützten. Wie erklären Sie sich die begrenzte Anzahl Bewerbungen?

Manche denken vielleicht, die Unterstützung sei den bereits ausgewählten Festivals vorbehalten und sie hätten keine Chance. Das finde ich schade. Zudem gibt es Kriterien, die gewisse Festivals nicht erfüllen können, insbesondere neuere Veranstaltungen. Doch es ist wichtig, unsere Auswahl und Prioritäten regelmässig zu überprüfen. Deshalb machen wir Ausschreibungen und setzen externe Experten und Expertinnen ein. Wir haben im Übrigen auch die Unterstützungsperiode von vier auf drei Jahre verkürzt, um unsere Auswahl schneller anpassen zu können.

Was macht ein Festival in Ihren Augen auf nationaler Ebene wichtig: seine Besucherzahlen, seine Ausstrahlung, die Einzigartigkeit seines Angebots?

Die Kombination all dieser Elemente zählt, wobei etwas mehr Gewicht auf die Originali-

tät und Qualität der Programme gelegt wird. Im Zentrum steht der Inhalt. So können wir auch Festivals unterstützen, deren Publikum begrenzt ist, wenn sie dafür Filme zeigen, die sonst kaum sichtbar sind.

Das Budget bleibt bei vier Millionen Franken pro Jahr. Wie können die Festivals sich weiterentwickeln, wenn die Förderungen stagnieren?

Ich verstehe ihre Frustration, doch unsere Mittel sind begrenzt. Man muss auch betonen, dass wir im Gegensatz zu anderen Kulturbereichen, die wiederholt von Sparmassnahmen betroffen waren, das Budget für die Festivalförderung beibehalten konnten.

Die Beträge sind über die Jahre weitgehend unverändert geblieben. Wie erklären Sie die Unterschiede zwischen den einzelnen Festivals?

In der aktuellen finanziellen Lage haben wir uns für Stabilität entschieden und den Festivals ähnliche Beträge zugeteilt, wie sie in der Vergangenheit erhielten. Einzig die Unterstützung des Zurich Film Festival (ZFF) wurde minimal gekürzt.

Der Beitrag an das ZFF wurde von 440'000 auf 420'000 Franken gekürzt. Was führte zu dieser Kürzung?

Wir haben dem ZFF mitgeteilt, welche Punkte ausschlaggebend waren.

Inwiefern fliessen Arbeitsbedingungen, Löhne und Freiwilligenarbeit in die Bewertung der Festivals ein?

Diese Aspekte werden bei der Beurteilung der Kohärenz und Nachhaltigkeit der Entwicklungsstrategie sowie der Ressourcennutzung miteinbezogen. Wir untersu-

chen insbesondere das Gleichgewicht der Finanzierung und die Transparenz in der Verwaltung. Die Experten und Expertinnen laden auch die Leitungsgremien und Präsidien der Festivals zu Anhörungen ein, um gewisse Punkte zu klären. Bleiben Fragen offen, so berücksichtigen sie dies in ihrer Bewertung. Die Qualität der Programme hat nach wie vor am meisten Gewicht, doch die anderen Aspekte werden immer wichtiger.

Kann ein Festival klein bleiben und dennoch alle Anforderungen des Bundesamts für Kultur erfüllen? Oder muss es immer Wachstumspotenzial aufzeigen?

Es muss Entwicklungspotenzial aufzeigen, doch das hat nichts mit seiner Grösse zu tun. Es muss am Puls der Zeit bleiben, auf aktuelle Herausforderungen reagieren und neue Angebote entwickeln. In Zukunft müssen wir darauf achten, dass die Festivals ihren Wert erhalten und sich weiterentwickeln können. Doch das hängt immer von den verfügbaren Mitteln ab. ■

Stellungnahme ZFF zur gekürzten Subventionssumme

Dass unser Beitrag innerhalb der Förderung von Schweizer Filmfestivals geringer bewertet wird, können wir nicht nachvollziehen. Das Zurich Film Festival setzt sich seit Jahren konsequent für den Schweizer Film ein, fördert nationale Talente und verschafft dem hiesigen Filmschaffen internationale Sichtbarkeit. Ungeachtet dieses Entscheids werden wir weiterhin das tun, wofür wir stehen: den Filmm Nachwuchs fördern, Schweizer Filmen eine Bühne bieten und grosses Kino einem breiten Publikum zugänglich machen. ■

Zahnbürsten, Uhren, Schokolade und Versicherungen im Dienste des Kinos

Die Liste der Schweizer Unternehmen, die Filmfestivals in der Schweiz unterstützen, ist lang. Ihre Motivation ist dabei fast deckungsgleich. Sichtbarkeit ist entscheidend, auch wenn gemeinsame Wertevorstellungen an erster Stelle genannt werden.

Von Teresa Vena

Juliane Moores Name auf einer riesigen Toblerone, Zahnbürsten von Curaprox im Leopardenmuster, Limousinen von Mercedes-Benz, in denen Prominente vorfahren: Diese Art von Markenplatzierung gehört zu den einfachsten und auffälligsten während eines Filmfestivals. Partnerschaften im Bereich der Gästebetreuung mit Unternehmen aus Hotellerie, Gastronomie und Transport sind ebenfalls einfachere Möglichkeiten, um Kosten stemmen zu können. Weitere finanzielle Unterstützung braucht es, um ganze Programme eines Festivals umsetzen zu können.

Was man einst Sponsor nannte, entspricht heute eher einem Investor. Die Unternehmen selbst sowie die kulturellen Institutionen wie eben die Filmfestivals bevorzugen den Begriff des Partners. Sicher ist, man hat sich entfernt vom Konzept des Mäzenatentums, nach dem Geldgeber, in vielen Fällen sogar anonym, keine Gegenleistung für ihre Beteiligung erwarteten. «Es gab eine entscheidende Veränderung», erklärt der Geschäftsführer (CEO) des Locarno-Filmfestival Raphaël Brunschwig. «Das Engagement muss sich heute viel klarer in die komplexe Unternehmensstrategie einfügen». Dabei reiche Sichtbarkeit alleine als Argument nicht mehr aus, man suche stattdessen inhaltlichen Anschluss und setze auf gemeinsame Projekte.

Diese neuen Partnerschaften sind aufwendiger zu unterhalten. «Aber auch bedeutungsvoller», so Brunschwig. «Es entsteht ein fruchtbarer und in der Regel langfristiger Austausch von Kompetenzen, Erfahrung und Fachwissen». 2025 machten in Locarno die Zuwendungen von privaten Partnern 39 Prozent des Budgets aus.

Zu den grössten Unterstützern des Festivals gehört die Mobilier, die wie auch bei Visions du Réel in Nyon spezifisch im Bereich der Jugendförderung aktiv ist. «Filmfestivals schaffen Räume für Begegnung und Dialog», sagt Marta Kwiatkowski, Leiterin Gesellschaftsengagement im Unternehmen. Kunst und Kultur betrachte sie als Seismografen

der Gesellschaft. «Die Mobilier will ihren Beitrag für eine aktive Generation leisten. Wir wollen junge Menschen dabei unterstützen, selbstbewusst und widerstandsfähig zu werden, damit sie ihren Weg finden, um mit beiden Beinen im Leben zu stehen.» Dazu passt auch, dass die Mobilier seit Jahren die Gestaltung des Programms der Rotonda in Locarno übernimmt, die als Treffpunkt für ein breites Publikum dient.

So positioniert sich auch Swisscom. Man wolle einen positiven Beitrag zur Schweizer Gesellschaft leisten und durch ein authentisches kulturelles Engagement den eigenen Ruf stärken. An Locarno binde das Unternehmen eine fast 30-jährige Partnerschaft, die von «Innovation, kulturelle Exzellenz und bedeutsamem Dialog» geprägt sei.

«Bei den Unternehmen hat sich die Überzeugung durchgesetzt, dass sie mit der Investition in die Allgemeinheit wirtschaftlich und kulturell Einfluss nehmen können», so Brunschwig. Man könne auch gemeinsam wachsen, wie es die Beziehung zwischen dem Festival und der Ascona-Locarno-Tourismusagentur zeige.

«Ich schätze an Locarno, dass das Festival einen informellen Rahmen schafft, in dem alle willkommen sind.» Diese Haltung entspreche auch der seines Unternehmens, sagt Carlo Giordanetti von Swatch. Seit Jahren gestaltet Swatch vom Festival inspirierte Uhren. Die Suche nach kreativer Stimulation sei eine Gemeinsamkeit beider Institutionen. Am Festival wolle Swatch seine Verankerung in der Schweiz sichtbar machen und der Talentförderung eine Plattform geben. So stiftet Swatch auch den First Feature Award, der dem Filmnachwuchs vorbehalten ist.

Absicherung

Es ist gut zu sehen, wie viele grosse Schweizer Marken gerade Filmfestivals



Julianne Moore auf Toblerone. © Eduard Meltzer / ZFF

unterstützen. Auffällig ist aber eine Konzentration auf Leuchtturmprojekte. Eine grosse Reichweite steht im Vordergrund (deswegen sind Sommerfilmfestivals besonders beliebt) und man sichert sich auch genau ab. Es ist nicht erstaunlich, dass ein auf Horrorfilme spezialisiertes Festival kaum Unterstützer findet. Man möchte sich mit «positiven» Botschaften assoziieren.

In den Gesprächen erscheint es als selbstverständlicher Konsens, dass sich finanzielle Partner nicht in die Ausrichtung eines Festivals einzumischen haben. «Unsere künstlerische Integrität ist nicht verhandelbar», sagt auch Brunschwig.

Aus der Sicht der Festivals muss aber auch eine gewisse Identifikation mit den Werten der Unternehmen gegeben sein. Nicht selten sind argumentative Spagaten nötig, um die Beziehung zu bestimmten Marken zu rechtfertigen. Die Loyalität des ZFF zu Läderach war von kurzer Dauer, dafür steht Nestlé Waters auf der Liste der Partner.

Und es drängt sich immer wieder eine Frage auf: Haben Firmen, die ihren Umsatz massgeblich in der Schweiz machen, eine Verantwortung dafür, auch in die nicht-wirtschaftliche Sphäre der Schweizer Gesellschaft zu investieren? (Siehe CB 557) Könnten sich nicht mehr Firmen Migros mit seinem Kulturprozent zum Vorbild nehmen? ■

Das Festival als gemeinschaftsstiftender Ort

Menschen schauen nicht nur gemeinsam Filme, sondern können davon auch zum Nachdenken über sich und die Welt angeregt werden. Gerade spezialisierte Filmfestivals machen unser gesellschaftliches Verhalten besonders auffällig.

Von Teresa Vena

Komödien in Vevey (VIFFF), Filme über Berge und Umwelt in Stans (Bergwelten), Horrorfilme in Brugg (Bruggore), Kino aus Lateinamerika in Genf (Filmar en America Latina) oder St. Gallen (Pantalla Latina), Filme zum Thema Wissenschaft (Global Science) oder Menschenrechte in Genf (FIFDH), Zürich (HRRF) und Lugano (FFDUL), Kino aus Tibet (Tibet Film Festival), Japan (Ginmaku) oder Iran (IFFZ) in Zürich, Kino aus dem Kosovo (Kino Kosova) oder aus dem arabischen Raum (Orient Express) in Bern und Zürich, afrikanisches Kino (Festival cinémas d'Afrique) in Lausanne, Filme über sexuelle Identität in Genf (Everybody's Perfect) und in Zürich (Pink Apple, Porny Days) und Bern (Queersicht), Animationsfilme (Fantoche, Animatou, Animation Days Lugano) und jede Menge Kurzfilme: Das sind nur einige der Kategorien, denen sich spezialisierte Filmfestivals in der Schweiz widmen. Die Liste ist sehr lang und wächst auch noch – in Lugano fand dieses Jahr das erste KI-Filmfestival (Merge) statt.

Einige der Festivals sind mit der Zeit zu grossen Institutionen mit breiter öffentlicher Abstützung und beachtlichem Mitarbeiterstamm herangewachsen. Viele andere bleiben bis heute kleinere Strukturen, oft als Vereine aufgebaut, mit bescheidenerem finanziellem Rahmen. Sie funktionieren nur dank eines starken persönlichen Einsatzes. Viele dieser Veranstaltungen gehen auf die Initiative von Einzelpersonen zurück, die aus dem jeweils hervorgehobenen Kulturraum selbst stammen oder sich dem gestellten Thema schon lange als Forschende widmen. Das stärkt die Motivation, sich dabei ehrenamtlich einzusetzen.

Identifikationsort

Die Gründung solcher Festivals reagiert meist auf den Wunsch, eine Lücke im öffentlichen Angebot schliessen zu wollen. So bemerkten die Frauen rund um das Black Film Festival in Zürich beispielsweise, dass Filme von Schwarzen Menschen nur vereinzelt in den Schweizer Kinos zu sehen und auch online nur schwer erhältlich sind.



Beim Look & Roll in Basel 2026. © Look & Roll

Für das Festival ist das eine Möglichkeit, Fragestellungen und Filmschaffende hervorzuheben, die sonst untergehen. Es kann ein geschützter Raum entstehen, in dem sich die Teilnehmenden auf Augenhöhe begegnen. Indem spezialisierte Festivals als Treffpunkt fungieren, ermöglichen sie den Austausch und werden zu Plattformen der Stärkung des Selbstverständnisses einer Gemeinschaft.

Manchmal bilden sich bestimmte Rituale heraus. Ein interessantes Beispiel ist dabei das Genrefilmfestival in Neuchâtel, das auf ein langjähriges Stammpublikum zählen kann. Die Werbung vor dem Film und der Vorspann des jeweiligen Films werden mit Skandieren begleitet, das lockert gleich die Stimmung im Saal. Auch in Cannes reagiert man laut auf den Vorspann, am Ende wird manchmal auch gebuht. Auffällig ist, dass gerade Genrefilmfestivals so eine gewissermassen enthemmende Atmosphäre schaffen können, wie man sie auch in Sitges oder beim Biff in Brüssel erleben kann. Im letzteren Fall lässt sich allerdings auch gleich eine Kehrseite des Phänomens feststellen: Das Publikum kommentiert jede – wirklich jede – Szene des Films laut mit, nicht selten auch auf sexistisch-politisch unangemessene Weise. Wie man sich also einerseits am gemeinsamen Erlebnis freuen kann, kann der Druck des Gruppenverhaltens andererseits auch zur Entgleisung führen.

Vorurteile abbauen

«Wir wünschen uns, dass wir einmal überflüssig werden», sagte Brianna Deeprose während des Look & Roll in Basel, das sie zusammen mit Nicole Schmid leitet. Das Festival findet jedes zweite Jahr statt und zeigt Filme von und mit Menschen mit Behinderung. In der Idealvorstellung würden diese Filmschaffenden um ihres Talentes willen mit ihren Werken im Kino, im Fernsehen und an Festivals gezeigt. Das passiert aber bisher nicht und solange soll es diese Plattform geben. Das Festival geht aufbeispiellose Weise auf die Bedürfnisse seines Publikums ein, um eine reale Inklusion zu erzielen.

Beim Look & Roll lernt man, sich selbst zu reflektieren. Man übt sich in Geduld gegenüber anderen und auch gegenüber sich selbst.

Eine alternative Perspektive auf bestimmte Themen, abseits der eines Algorithmus, ermöglicht es, neue Weltansichten zu erschliessen. Lässt man sich darauf ein, bietet sich hier eine Möglichkeit, Vorurteile abzubauen. Das könnte auch der Filmbranche helfen. Der Kameramann Stanko Pavlica, selbst gehörlos, begrüsst jede Gelegenheit, die sichtbar macht, dass Menschen mit Behinderungen über gleichwertige berufliche Fertigkeiten verfügen. «Bis dahin leiste ich Überzeugungsarbeit.» ■

Zurich Summit: der Film und die Macht der Plattformen

YouTube und TikTok stellen sich als Verbündete des Films auf der Suche nach Publikum dar. Am letzten Zurich Film Festival warfen ihre Versprechungen eine allgemeine Frage an die gesamte Branche auf: Wer hat die Entdeckung von Filmen und die Aufmerksamkeit des Publikums noch in der Hand?

Von Adrien Kuenzy

Kane Parsons kommt aus genau der Welt, über deren Einfluss er hier spricht. Der Regisseur von «Backrooms» wurde auf YouTube bekannt, bevor er mit dem unabhängigen US-amerikanischen Studio A24 zum Spielfilm überging. Angesprochen auf die angebliche Vorliebe seiner Generation für kurze Formate widerspricht der 21-Jährige: Dies werde vielmehr «von Algorithmen begünstigt». Gemäss Parsons «gefällt es den jungen Leute nicht, wenn ihre Aufmerksamkeitspanne in diesen Strudel» sehr kurzer Inhalte gezogen wird. Als Gegenbeispiel nennt er die Erfahrung, sich in einem Saal ohne Störung von aussen eine einzige Sache anzuschauen. «Ich finde, das entschleunigt auf eine wohltuende Art.»

Wir sind am Zurich Summit, dem Branchentreffen des Zurich Film Festival. Am Vormittag geht es um künstliche Intelligenz, YouTube, TikTok und die Ökonomie der Inhaltsersteller. Ein Thema ist allgegenwärtig: Das Publikum. Bei der Frage, wie man es am besten erreicht, zeichnet sich ein Paradox ab: Um das Publikum zurück-zuholen, zählt die Branche auf genau die Plattformen, die dessen Aufmerksamkeit für sich beanspruchen.

Die Plattformen versprechen Publikum

Eine Präsentation jagt die nächste. Andreas Briese, Direktor von YouTube Deutschland, Zentral- und Nordeuropa, versichert, die Plattform wolle das Kino nicht ersetzen, sondern «stärken». Die Filmschaffenden lieferten Inhalte, Talente und Innovation, während YouTube seine weltweite Plattform, sein Publikum, seine Rechteverwaltung und verschiedene Einnahmequellen zur Verfügung stelle. Briese spricht auch über die wichtige Rolle der Daten: Wer wann was schaut, an welcher Stelle das Publikum sich ausklinkt. «Ein YouTuber ist tagsüber Künstler und nachts Datenanalyst.»

Es folgt TikTok. Gemäss Hasmik Matinyan, Verantwortliche für Partnerschaften mit der Unterhaltungsbranche in der DACH-Region, stammen über 90 Prozent der Publikationen über Filme und Serien auf TikTok von Fans und Inhaltserstellern und nicht von offiziellen Konten der Branchenakteure und -akteurinnen. Bei «Backrooms», der in Deutschland von Constantin Film vertrieben wird, gingen gemäss einer von Matinyan zitierten Analyse des Vertriebs, deren Methodik nicht genauer dargelegt wird, ein Drittel der Zuschauenden dank TikTok ins Kino.

Constantin Film setzt nicht nur für die Promotion auf Plattformen. Der Vorstandsvorsitzende Oliver Berben ist überzeugt, die Fan- und Interessengruppen müssten schon viel früher, ab der Entwicklungsphase mit einbezogen werden. Er gibt jedoch zu bedenken, dass ein grosses Publikum allein keine Garantie ist: Das Engagement zählt mehr als die Anzahl Follower. Julie La'Bassiere, strategische Leiterin bei DDA, erklärt, sie könne

sich eine Unterhaltungskampagne ohne Plattformen wie TikTok, Instagram oder YouTube nicht mehr vorstellen.

Der Kampf um Zeit

Nach der Mittagspause spricht Bill Kramer, Leiter der Academy of Motion Picture Arts and Sciences, über den Wechsel der Oscar-verleihung zu YouTube. Ab 2029 wird die Zeremonie dort weltweit in über 30 Sprachen kostenlos übertragen. Für Kramer eine offensichtliche Wahl: «Es wäre fast schon riskant, es nicht zu tun».

Das Publikum zu erreichen genügt jedoch nicht, um den Filmen einen dauerhaften Platz zu sichern. Michael Barker, Co-Präsident von Sony Pictures Classics, stellt fest, dass auch bei Filmen, die keine Blockbuster sind, 20- bis 30-Jährige im Saal sitzen. «Wenn die Kinos verschwinden, wird auch die Filmkultur verschwinden». Gewisse Filme würden auch ohne grosse Zuschauerzahlen zu Klassikern, fährt er fort. Ihre Verbreitung im Kino ver helfe ihnen zu dauerhaftem Erfolg.

Doch wie schafft man Platz für Kinoerlebnisse in einem Alltag, in dem die Plattformen bereits einen Teil der Aufmerksamkeit beanspruchen? Auf TikTok seien Empfehlungen sehr wichtig, erklärt Kevin Mayer. Der ehemalige Disney- und TikTok-Manager und derzeitige Co-Direktor von Candle Media beschreibt einen Algorithmus, der individuell sehr präzise Inhalte zuteilen kann. So können sogar sehr kurze Videos «von mässiger Qualität» dennoch «extrem fesselnd» wirken. «Das ist in vielerlei Hinsicht schade, doch es ist eine Tatsache. Darauf verwenden die jungen Leute ihre Zeit und Aufmerksamkeit.»

Auf den Kinder- und Jugendschutz angesprochen verweist Mayer, der sich bei TikTok intensiv damit befasste, auf China, wo Kinder nur eine begrenzte Zeit auf Douyin, der chinesischen Version von TikTok, verbringen können – eine Massnahme, die er als «äusserst positiv» beurteilt. «Das ganze Wirtschaftssystem trägt Verantwortung, doch in erster Linie die Plattformen selbst», so Mayer. Eine Regulierung ist für ihn «absolut notwendig». Parsons' Vorbehalt ergibt unter diesem Gesichtspunkt erst recht Sinn: Um junge Leute für Filme zu begeistern, muss man ihnen genügend Aufmerksamkeit lassen, um sie sich anzuschauen. ■



Podiumsgespräch über den Einfluss von KI auf das Filmschaffen beim Zurich Summit. © Tim Hughes / ZFF

Der in Genf ansässige Gilles Jobin ist eine wichtige Figur des Schweizer zeitgenössischen Tanzes. Seit zehn Jahren nutzt er den virtuellen Raum für seine Choreografien. Nach der Mostra von Venedig zeigt er das gemeinsam mit dem Illustrator Thomas Ott erschaffene «Sunset Motel» am Geneva International Film Festival (GIFF). Der Künstler steht für seine schöpferische Freiheit ein und spricht über die Schwierigkeiten bei der Verbreitung und Erhaltung der Werke.

Von Adrien Kuenzy

Was wollten Sie und Thomas Ott in diesem Motel inmitten der Wüste erzählen?

Thomas' Reisebuch «Route 66» hat mich stark inspiriert. Wir wählten die Atmosphäre dieser etwas zwielichtigen Motels, bei denen man sich fragt, was für Gäste dort verkehren und was ihre Geschichten sind. Wie meine Choreografien kommen auch Thomas' Werke ohne Dialoge aus, erzählen aber dennoch eine Geschichte. In einer Zeichnung kann er den Blick auf ein Bündel Geldscheine oder eine Bibel auf dem Nachttisch lenken. In der virtuellen Realität ist das nicht möglich, denn wir wissen nicht, wo im Raum die Teilnehmenden sich befinden. Unsere ersten Drehbücher waren narrativer, doch sie scheiterten an dieser Schwierigkeit, den Blick zu lenken. Wir erwogen auch eine Version, in der das Publikum einer vorgegebenen Strecke von Zimmer zu Zimmer folgt, doch das fand ich schade, denn gerade die Möglichkeit, sich frei zu bewegen und Entscheidungen zu treffen, macht die virtuelle Realität interessant. Wir haben vieles ausprobiert, und schliesslich sagte Thomas: «Das funktioniert, wenn ihr tanzt.» Ohne Dialoge, ohne Erklärungen aus dem Off oder ohne Nahaufnahmen wird die Choreografie zur Sprache.

Woher rührt das Unwohlsein, das die Nähe der Figuren auslöst?

Sie haben sehr markante Gesichter. Diese unheimliche Komponente ist eine Besonderheit von Thomas Otts Bildsprache. Wir haben uns entschieden, weder Augen noch Hände zu animieren, sodass es ziemlich roh wirkt. Wie bei Marionetten müssen die Bewegungen der Figuren gelenkt werden, damit sie einander trotz starrer Augen anschauen und präsent sind. Ich denke, das Unwohlsein entsteht aus dieser von Menschen gesteuerten Bewegung. Wir legten grossen Wert auf präzise Gesten und flüssige Bewegungsabläufe. Dadurch wirken die Figuren sehr lebendig und präsent.



Gilles Jobin

Was hat die auf Animation spezialisierte Produktionsfirma Nadasdy Film an Ihrer Arbeit verändert?

Eigentlich nicht viel. Ich produziere von der Entwicklung, Konzeption und Herstellung bis zur Postproduktion alles in meinem eigenen Studio, mit modernster Technologie und lokalen Fachkräften. Mit dem 3D-Künstler Tristan Siodlak arbeite ich seit zehn Jahren. Adryan Barrillet ist für Entwicklung und Bewegungserfassung zuständig, und Susana Panadés Diaz ist nicht nur unsere wichtigste Darstellerin, sondern kümmert sich auch um die Integration der erfassten Bewegungen in den 3D-Motor. Ich arbeite mit Tänzern, die ich aus früheren Projekten kenne, und tanze selbst mit. Wir brauchen keinen Produzenten im herkömmlichen Sinn. Ich kenne im Übrigen keine andere Tanzkompanie, die über ein eigenes Studio zur Bewegungserfassung und einen eigenen Entwickler verfügt.

Auf welche Hindernisse stossen Sie bei der Produktion und Vorführung Ihrer Werke?

Meiner Meinung nach sind vom Film übernommene Finanzierungsmodelle für XR-Kunst ungeeignet. Sie müssten sich vielmehr an der darstellenden Kunst orientieren, wo die Kreativen zugleich Projektträger und Produzierende sind. Die Zusammenarbeit mit Nadasdy Film verlief gut, doch viele Westschweizer Projekte verzögern sich, sobald eine Produktionsfirma sich einschaltet. In den letzten Jahren wurden in der Westschweiz die administrativen Strukturen für «Digitales» erweitert, doch dies hat die Schöpfungskapazitäten nicht verbessert, im Gegenteil. Die neuen Strukturen sind administrative Maschinen, die von Angestellten gesteuert werden. Als Folge verzögern sich unzählige Westschweizer XR-Projekte, wie auch «Sunset Motel», das 2025 hätte erscheinen sollen. Mit der Beendigung der Förderung für digitale Erlebnisse bei Cinéforum 2026 wurde einem höchst innovativen Sektor buchstäblich der Boden unter den Füßen weggezogen – eine unverständliche Entscheidung des Stiftungsrats. Was die Verbreitung betrifft, war ich seit 2017 dreimal am Sundance und dreimal in Venedig vertreten, mit fünf verschiedenen Kreationen, die weltweit gezeigt wurden, doch dies ist meine erste Einladung an das GIFF.



© Cte Gilles Jobin

Konnten Sie dank der Mostra von Venedig einen Vertrieb finden?

Ja, Diversion übernimmt den internationalen Vertrieb von «Sunset Motel», und wir haben zahlreiche Einladungen an internationale Festivals erhalten, darunter das GIFF. Ein Vertrieb über persönliche VR-Brillen existiert jedoch praktisch nicht. VR-Werke werden an Festivals, im Rahmen hybrider Programme und zuweilen in Museen oder Bibliotheken gezeigt. An Festivals wie der Mostra oder dem GIFF ist es für das breite Publikum schwierig, Plätze für VR-Vorführungen zu finden. Wir fragen uns deshalb, ob wir weiterhin VR-Werke produzieren oder auf zugänglichere Formate setzen sollen. Ich halte die virtuelle Realität nach wie vor für ein grossartiges Medium, doch ihr Vertrieb ist ein Problem.

Wie wollen Sie die Verwertung von «Sunset Motel» langfristig sicherstellen?

Das ist schwer zu sagen. Wir haben uns mit Meta Quest 3 auf ein Modell von VR-Brille festgelegt. Eine Portierung für die viel leistungsfähigeren Apple Vision Pro oder deren chinesische Konkurrenz Pico wäre denkbar, doch diese Geräte sind zurzeit unerschwinglich. Meta wird eine neue VR-Brille herausbringen, doch wie wird sie beim Publikum ankommen? Und wer finanziert die Portierungen? Geplante Obsoleszenz ist ein grosses Problem, selbst für in Genf entwickelte Technologie. «VR_I» (2017, Anm. d. Red.), das mit immersiver Technologie von Artanim erstellt wurde, musste nach drei Jahren abgeschaltet werden, da die Technologie in das Eigentum von Dreamscape Immersive überging, die Exklusivrechte beanspruchte. Unser Dreijahresvertrag wurde nicht verlängert, und obwohl wir das Werk autonom auf unserer eigenen Ausrüstung vertrieben, durften wir die Technologie ab Ende Oktober 2020 nicht mehr nutzen, dabei hätte sie gut noch zwei oder drei Jahre laufen können. Das für die Aula des Cèdres in Lausanne erschaffene AR-Werk «Magic Window» (2019) funktionierte von einem Tag auf den anderen nicht mehr, als die amerikanische Firma, die uns einen kleinen Teil der Technologie verkauft hatte, an Roblox verkauft wurde. Ohne uns zu informieren, zogen sie den Stecker des Servers, von dem unser Stück abhing! Glücklicherweise können wir es mit der Unterstützung des Kantons Waadt nun wiederherstellen. Diese Zwischenfälle haben mich dazu gebracht, mich auszurüsten und unsere Arbeit unabhängig zu entwickeln. Ich rate allen Kunstschaaffenden im XR-Bereich, sehr genau auf exklusive Lizenzen zu achten.

Welchen Schwierigkeiten begegnen Sie insbesondere in Genf?

In Genf entstandene Werke werden hier kaum oder gar nicht gezeigt, und es gelingt mir nicht, Einrichtungen der darstellenden Kunst dazu zu bringen, unsere Werke aufzugreifen. Diesen Sommer haben wir unser System am Festival von Avignon aufgebaut und unsere Arbeit sowie die der in unserem Studio 44 Mocalab tätigen Genfer XR-Künstler gezeigt. Im August sind wir mit unserem System nach Bangkok gereist für ein Projekt zur Bewegungserfassung, an dem neun Länder Südostasiens beteiligt waren. Wir arbeiten bedarfssynchron und beteiligen uns an der Ausbildung der «neuen Berufe» der darstellenden Künste. Wir beschäftigen interaktive Designer, die an der ECAL oder HEAD studiert haben, doch ausser Focal nutzt keine Schule oder Berufsbildung unsere Kompetenzen. Es ist für uns einfacher, an der Arizona State University in Los Angeles tätig zu werden, als in Lausanne oder Genf. Paradoxerweise fühlen wir uns in Genf ein wenig isoliert, während unsere Arbeit jenseits der Landesgrenzen als einzigartig und äusserst innovativ gilt.

Was ist mit «Mind the Gap», dem Ergänzungsfonds für Produktionsförderung des Zentrums für digitale Kreation?

Als Produzent habe ich keinen Zugang dazu, da meine Truppe, obwohl ich unabhängig bin, als Institution gilt, wie die Comédie de Genève oder das Arsenic. Das zeugt von grosser Unkenntnis des Sektors der bildenden Künste, werden doch durch die Disqualifizierung der in der Westschweiz anerkannten Tanz- und Theaterkompanien die meistbeachteten und internationalsten Kunstschaaffenden ausgeschlossen. Trotz unserer internationalen Erfolge und der Tätigkeit unseres Studios schliesst uns ein Fonds, dessen Ziel die Förderung der digitalen Kreation und die Verbesserung der Schaffensbedingungen für digitale Kunstschaaffende in Genf ist, aufgrund eines Reglements aus, das ausgrenzt, anstatt zusammenzuführen. Um von «Mind the Gap» finanzielle Unterstützung für «Sunset Motel» zu erhalten, mussten wir einen Produzenten einbeziehen, der uns wiederum anstellen musste.

Wie steht es um Ihre immersive Dokumentation «Marta Becket's Death Valley», die im Rahmen der Venice Production Bridge der letzten Mostra präsentiert wurde?

Das Projekt stiess auf enormes Interesse! Ich warte allerdings noch auf den Finanzierungsentscheid von Cinéforum, sonst ist es aus. Das wäre schade, denn dieses Stück soll einen Ort und das Werk einer amerikanischen Choreografin bewahren, die sich 1968 in eine Geisterstadt in der Wüste des Death Valley zurückzog und den ganzen Innenraum des Amargosa Opera House von Hand anmalte – eine unglaubliche Geschichte. Wir haben den Ort in 3D gescannt, um ihn zu bewahren, denn die Wüste ist erbarmungslos, und das Gebäude wird eines Tages einstürzen. Marta Becket lassen wir durch rotoskopierte Videoaufnahmen auf der Bühne auferstehen. ■

NACHWUCHS



Hören Sie den Podcast von Cinébulletin, der dem Schweizer Filmnachwuchs gewidmet ist.



CB
CINEBULLETIN

k.

30th
Internationale
Kurzfilmtage
Winterthur
3 – 8 Nov 2026

Medienpartner:innen
SRG SSR Tages-Anzeiger

Öffentliche Hand
Stad Winterthur

kurzfilmtage.ch

Filmpromotion by **ALIVE**
film.ch

Plakataushang Kulturplakatstellen
Flyerverteilung Sandwichen Werbeaktionen

**Das grösste Schweizer
Kultur-Werbe-Netzwerk**

seit 1973

Alive Media AG Hafnerstrasse 60 8005 Zürich Telefon 044 270 80 90
www.alive.ch

vfa-fpa.ch

Vorsorgestiftung Film und Audiovision
Fondation de Prévoyance Film et Audiovision

**vfa
fpa**

Antoine Witz

Intimität im Dialog mit Steinen

Von Laurine Chiarini



Naomi Pacifique | Filmstill aus «In the Heart there is a Stone».

Naomi Pacifique zeigt ihren neusten Film «In the Heart there is a Stone» an den Internationalen Kurzfilmtagen Winterthur. Mit dem im Maggiatal gedrehten Kurzfilm setzt die junge Filmschaffende ihre Erkundungsreise rund um Intimität, Intuition und unsere Beziehung zur Natur fort.

Eine Kindheit in Lausanne mit Besuch der internationalen Schule und eine Familie mit türkischen, russischen, schweizerischen und holländischen Wurzeln: Die schweizerisch-holländische Filmschaffende Naomi Pacifique ist wahrhaft international verwurzelt. Bevor sie zum Film kam, galt ihre Leidenschaft den Büchern. Nach einem Bachelor in Literatur der Universität Exeter und einem Master der Universität Oxford wandte sie sich teils durch Zufall, teils aus pragmatischen Gründen, aber mit nicht geringerer Leidenschaft dem Film zu. Obwohl sie ursprünglich in Literatur promovieren wollte, bewarb sie sich parallel dazu an der London Film School und wurde angenommen. Vom Film zu leben ist schwierig, von Literatur jedoch noch schwieriger. Auf den Rat eines Kollegen ihrer Mutter, der Redakteur bei der UNO ist, entschied sie sich so für die Filmkunst.

Als multidisziplinäre Künstlerin folgt sie in ihrem Ausdruck stets einem roten Faden: dem der Freiheit. 2019 gründete die Musikerin, Poetin und visuelle Gestalterin in den Bereichen Foto, Malerei und Collage gemeinsam mit anderen die Produktions-

firma Idle Eye in London. Obwohl sie in ihren Filmen selbst auftritt, bezeichnet sie sich als «Nicht-SchauspielerIn» und würde keine Rolle annehmen, die zu stark von ihrer Persönlichkeit abweicht. Als Inspirationsquellen nennt sie Jacques Tati, Chantal Akerman oder Maya Deren, die in ihren Filmen die Essenz ihrer eigenen Körper nutzen, um eine Geschichte zu erzählen. Sie bevorzugt das 4:3-Format, da es am besten geeignet sei, um Beziehungen zwischen Elementen darzustellen und die Oberfläche einer sensorischen Natur greifbar zu machen. So erkundet sie in erster Linie die Intimität, eine Art Proszenium zwischen Menschen, die sie als Raum «abseits der Macht der Geschlechter» beschreibt, einen vollkommen ehrlichen und verletzbaren Zustand, der dem Publikum auch einen Spiegel vorhält. Voller Dankbarkeit für den Platz, den die Festivals experimentellen Filmen einräumen, konnte die Filmschaffende dank dem Pardino d'Argento, den sie in Locarno 2021 für ihren Diplomfilm «After a room» erhielt, ihre Anstellung bei einer Produktionsfirma für zwei Monate verlassen, um sich ausschliesslich auf ihren nächsten Kurzfilm zu konzentrieren.

Drei Jahre später ist sie wieder in Locarno, dieses Mal als Teilnehmerin der Spring Academy, während sie an ihrem ersten Langfilm «After the Night, the Night» arbeitet, der sich noch im Entstehungsprozess befindet. Für ihren letzten Film «In the Heart there is a Stone», der in Winterthur im internationalen und Schweizer Wettbewerb läuft, wählte sie einmal mehr das Tessin als Drehort. Eine ihrer Grossmüt-

ter war Bildhauerin und behauptete, mit Steinen kommunizieren zu können – ein Konzept, das im Widerspruch zu Pacificques westlicher Erziehung steht. Ein Aufenthalt im Amazonasgebiet, zwischen Bergen und Spiritualität, veränderte ihre Blickweise, und die Aussage ihrer Ahnin ergab auf einmal Sinn. Im Licht dieser Erkenntnis erhält der Titel ihres letzten Kurzfilms eine ganz neue Bedeutung. ■

30 Jahre Kurzfilmtage

Was als Filmclub unter Freunden in Winterthur begann, ist 30 Jahre später zu einem der wichtigsten Kurzfilmfestivals Europas geworden. Von anfänglich zwei Tagen wuchs die Dauer auf sechs Tage. Inmitten eines begrenzten kulturellen Angebots habe das Festival versucht, sich gegenüber dem benachbarten Zürich eine eigene Identität zu schaffen, «ein bisschen wie New Jersey gegenüber New York», so der künstlerische Leiter John Canciani. Ursprünglich in erster Linie auf Schweizer Filme ausgerichtet, zeigte das Festival auch einige polnische Werke, «da eines der Komiteemitglieder vom polnischen Film begeistert war». Heute umfasst das Programm rund 200 Filme aus der ganzen Welt und zieht über 18'000 Zuschauer an. Nebst der Veranstaltung selbst unterhält das Festival zahlreiche Partnerschaften, unter anderem mit Fantoche und der Kurzfilmnachttour. Es dient vielen Filmschaffenden als Sprungbrett und bietet ihnen einen weniger stark hierarchisierten Raum als die traditionelleren Festivals, um ihre Arbeit und ihr Netzwerk weiterzuentwickeln. ■

Den Blickwinkel nicht verlieren

In Venedig, wo die Schweiz Gastland der Venice Production Bridge war, hinterfragten drei Filmschaffende die Rolle der englischen Sprache in ihren Filmen. Sie öffnet den Weg für neue Darstellende und Publikumskreise, muss aber zur Geschichte passen.

Von Adrien Kuenzy



Nick Vivarelli und Ursula Meier sprechen über das Englische im Schweizer Film.
© Ph. Alessio Miraglia – Courtesy Archivio Storico La Biennale di Venezia

Unfallautos, fotografiert von einem Polizisten aus dem Kanton Nidwalden: Die Bilder des Polizisten und Fotografen Arnold Odermatt inspirierten die Regisseurin und Drehbuchautorin Ursula Meier zu ihrem nächsten Spielfilm «Quiet Land», den sie zurzeit vorbereitet. In den Szenen, die sie faszinieren, erkennt sie zugleich die Tragik der Unfälle und die Komik von Situationen, deren Hergang man sich nur schwer erklären kann. Ihre Geschichte spielt jedoch in Montana, und ihre Hauptfigur ist ein siebzيجähriger US-amerikanischer Polizist, der unerklärliche Unfälle untersucht. «Mir gefällt die Idee, dass sie ihren Ursprung in der Schweiz hat und dann übertragen wird», so Meier.

Ist Englisch die neue Sprache des Schweizer Films? Swiss Films stellte diese Frage an der Podiumsdiskussion «Beyond Borders: English as the New Language in Swiss Cinema?». Das Gespräch fand im Rahmen der letzten Venice Production Bridge statt, dem Branchenprogramm der Mostra. Moderiert wurde es von Nick Vivarelli, Journalist bei Variety. Geht es um künstlerische Öffnung? Oder vielmehr um Finanzierung?

Der Preis des Marktes

Der Wunsch nach einem grösseren Publikum allein rechtfertigt noch nicht die Sprachwahl. Diese Erfahrung machte der Regisseur und Drehbuchautor Tim Fehlbaum mit seinem zweiten Spielfilm «Tides» (2021). «Rückblickend denke ich, das war keine gute Idee, da es nicht aus der Geschichte hervorging», bekennt er. Bei «September 5», der 2024 in Venedig vorgestellt wurde, war Englisch aufgrund des Blickwinkels die natürliche Wahl.

Eine erste Version des Drehbuchs über die Geiselnahme israelischer Athleten an den Olympischen Spielen 1972 in München war gemäss dem Filmemacher 180 Seiten lang und grösstenteils auf Deutsch. Die Ereignisse wurden abwechselnd aus den Blickwinkeln von Polizisten, politischen Verantwortlichen und Journalisten erzählt. Aufgrund der Vorbehalte der Produktion und seiner eigenen Unschlüssigkeit schrieb Fehlbaum das Drehbuch mit seinem Co-Autor um und nahm die Perspektive des US-amerikanischen TV-Teams ein, das über die

Spiele berichtete. Die Handlung konzentrierte sich folglich auf die Lokalitäten des TV-Senders. Finanzielle Zwänge trugen hier zur Wahl der Form bei. «Wir wählten nicht einfach Englisch um des Englischen Willen.»

Auch ein internationaler Star kann die Finanzierung erleichtern, doch die Gesamtrechnung wird dadurch nicht unbedingt einfacher. Der Regisseur und Drehbuchautor Michael Koch stellte dies beim 2025 gedrehten «Erosion» fest, der aktuell in Postproduktion ist. Die Hauptrolle spielt der US-amerikanische Schauspieler Peter Sarsgaard. Die Finanzierung sei rasch aufgestellt

gewesen, so Koch, doch die benötigten Summen waren auch höher. Er betont, das Projekt sei vor allem möglich gewesen, weil es Sarsgaard sehr am Herzen lag.

Der Blickwinkel ist entscheidend

Was macht diese Öffnung mit der Schweizer Identität? Bei «Erosion» dient die englische Sprache genau dazu, einen anderen Blickwinkel einzunehmen. Sarsgaard spielt einen Neurochirurgen, der in Basel arbeitet und durch seine Arbeit eine Bergbauernfamilie kennenlernt – die von Laiendarstellern gespielt wird. Nach «Drii Winter» (2022) wechselt Koch die Perspektive: «Dieses Mal wollte ich diese Welt mit den Augen eines Ausländers betrachten.»

Meier hingegen verlegt die Handlung. Die Zusammenarbeit mit der Schauspielerin Gillian Anderson für «Sister» (2012) machte ihr Lust, mit US-amerikanischen Darstellenden zu arbeiten. «Ich mag ihre physische Art, Figuren zu verkörpern.» Für «Quiet Land», dessen Finanzierung sie in Venedig abschliessen konnte, wird nächstes Jahr in Kanada und der Schweiz gedreht. Die weite Landschaft soll auch ihre erzählerischen Möglichkeiten erweitern. «Ich fühle mich vielleicht freier in meiner Vorstellung.»

Würden sie auch einen US-amerikanischen Auftragsfilm annehmen? Vivarellis Frage zeigt eine Grenze auf. Meier wäre offen, wenn es eine enge Verbindung zu ihrem Filmschaffen gibt. Koch zeigt sich zurückhaltender: «Ich brauche eine persönliche Beziehung zur Geschichte und zu meinem Umfeld, um nicht in Klischees zu verfallen.»

So besteht denn auch die Gefahr, ein Amerika zu filmen, das man nur aus Filmen kennt. Fehlbaum bekennt, er habe deshalb Drehbücher abgelehnt. Zu «September 5» trug der US-amerikanische Übersetzer mehr bei als nur die richtigen Worte; dank seiner Erfahrung konnten gewisse Klischees korrigiert werden. Bei Meier wurden die Dialoge von «Quiet Land» auf Französisch geschrieben, übersetzt und danach mehrere Tage lang mit dem Hauptdarsteller überarbeitet. Auch Sarsgaard wirkte an der Geschichte von «Erosion» mit. «Er beeinflusste das Drehbuch ziemlich stark», so Koch. Um den Blickwinkel zu bewahren, muss man nicht unbedingt allein arbeiten. ■

Schauspiel über KI: Digital und willenlos

Während Tilly Norwood als weltweit erste KI-generierte Schauspielerin die westliche Filmindustrie in Panik versetzt, produziert China schon seit Anfang des Jahres 95 Prozent seiner Serien mit nur noch digitalen Darstellenden.

Von Teresa Vena

Sie wolle aufrütteln. Die Filmindustrie drohe von den Entwicklungen in der künstlichen Intelligenz ausgeschlossen zu werden, zurückzufallen. Vielmehr sei aber nötig, das derzeit Mögliche auszuprobieren und es sich anzueignen. «Tilly sehe ich als Schnittstelle zwischen Technologie und Unterhaltung».

Eline van der Velden präsentierte 2025 am Zurich Film Festival die Erfindung ihrer in London angesiedelten Produktionsfirma Particle 6: Die weltweit erste (nach westlichem Wissensstand) KI-generierte Schauspielerin Tilly Norwood. Die Aufmerksamkeit war enorm. Gleichermassen für den erzielten technischen Fortschritt bewundert und auf filmpolitischer und ethischer Ebene angefeindet, gibt sich Van der Velden ein Jahr später, erneut am Zurich Summit, höchst zufrieden. Der Umsatz ihrer Firma habe sich verachtfacht, man sei von Anfragen über den KI-Einsatz im Film regelrecht überflutet worden. Viele der Neugierigen verlangten, strikt anonym zu bleiben.

Doch der US-Amerikaner Rob Minkoff, der Animationsfilme für Disney umgesetzt hat, scheut sich nicht vor einer Zusammenarbeit. Er übernimmt die Regie bei «Storm Dogs», dem ersten Spielfilmprojekt, das nach einem Drehbuch von Particle 6 und durch KI-generierte Bilder entstehen wird – bevor Tilly in ihrem eigenen Film spielen wird. Mit KI erzeugte Bilder bezeichnet Van der Velden als «fotorealistische Animation». Diese Einstellung nimmt geschickt die Kritik an der leicht verfremdeten Ästhetik, zu der eine matte Farbgebung und eine kontrastarme Patina gehören, vorweg. Der Film erzählt von einem Abenteuer zwischen einer Gruppe von Hunden und einem zweijährigen Mädchen. «Weder mit Tieren noch mit Kindern möchte man freiwillig arbeiten, wenn man es vermeiden kann», so Van der Velden.

Verträglichkeit

Mit Darstellenden, die an bestimmten Tagen missgelaunt sind, die sich in Skandale verwickeln, zu militant um ihre Rechte kämpfen, sich bestimmten Dingen verweigern, die politische Botschaften verbreiten, schlichtweg zu «kompliziert» sind, möchte auch niemand arbeiten. Das droht im Fall einer Tilly Norwood kaum. Ihre Meinung über Trump behält sie für sich, eine feministische Perspektive unterdrückt sie ebenfalls. Und sie wehrt sich auch nicht, wenn ein Moderator sexistische Fragen stellt wie «Würdest du dich ausziehen, wenn du einen Körper hättest?» oder «Würdest du lieber mit mir oder mit meinem Kollegen ausgehen?». Im Gespräch, das während der britischen Sendung «Piers Morgan Uncensored» stattfand, konnte man einen ersten Eindruck von Tilly erhalten: Viele ihrer Aussagen wirkten wie vorgelesene Wikipedia-Einträge, auffällig war auch, dass sie immer sehr kurz antwortete, und mehrfach wiederholte sie sich. Doch ab und an, überraschte sie auch mit Ironie.

Weitergehenden ethischen Fragen entzieht sich übrigens auch Tillys Schöpferin, etwa wenn es um die Bestärkung von konven-

tionellen Schönheitsidealen geht. Nicht von ungefähr ist Tilly eine junge, attraktive, weisse Frau und nicht etwa das Produkt eines gesellschaftlichen Durchschnitts.

Tilly selbst jedenfalls sagt, sie sei keine Konkurrenz für echte Schauspieler und Schauspielerinnen. Und auch Van der Velden betont: «KI zu nutzen, bedeutet selbstverständlich, dass an einem Projekt immer noch Menschen beteiligt sind. Und sicherlich will ich nicht echte Schauspieler als solche ersetzen.»

Arbeitslosigkeit

Doch China hat diese neue Realität längst geschaffen. Über Nacht hat sich der über 3,3 Quadratkilometer grosse Studiokomplex in Hengdian geleert. Das IT-Unternehmen Bytedance, das unter anderem die Plattform TikTok führt und federführend in der Produktion von Mikrodramen fürs Mobiltelefon ist (siehe CB 555), produziert neu 95 Prozent davon mit KI-generierten Darstellern. Damit kosten die Produktionen nur noch ein Zehntel, die Umsätze vervielfachen sich.

In drei Monaten wurden 130'000 Serien veröffentlicht, mehr als dreimal so viele wie im ganzen Jahr davor. Wer soll das eigentlich alles schauen? Inhalte und Figuren fühlten sich schon vorher austauschbar an. Nun gibt es erste Widerstände von Nutzern und Nutzerinnen, die nicht immer die gleichen Gesichter sehen wollen.

Während viele schlagartig arbeitslos wurden, sehen einige, eher arrivierte Darstellende auch Chancen in dieser Entwicklung, die ihnen erlauben könnte, mehr Aufträge gleichzeitig zu übernehmen oder, wie Lawrence Ng, mühelos als sein 20-jähriges Selbst aufzutreten.

Die Tatsache, dass verschiedene Darstellende erfolgreich vor Gericht gezogen sind, weil die Produktionsfirmen ihre digitalen Avatare ungefragt genutzt haben oder neue ihnen sehr ähnlich gemacht haben, zeigt, dass dringend rechtliche Regulierungen, wie etwa klare Kennzeichnungen, von Nöten sind.

Übrigens entschlüpfte Van der Velden in Zürich der Satz: «China ist ein grosser Partner». Genauer wollte sie nicht preisgeben. ■



KI-Schauspielerin Tilly Norwood. © Tim Hughes / ZFF

Who's who?



Elena Stern ist seit Juni 2026 neue Leiterin Kommunikation des Zurich Film Festivals. Sie verantwortet die Bereiche PR, Redaktion, Social Media sowie Foto und Video des Festivals. 2024 stiess sie als Social Media-Managerin zum Festivalteam und fand damit die Möglichkeit, ihre langjährige Begeisterung für Film mit ihrer beruflichen Expertise zu verbinden. Zuvor war sie von 2018 bis 2024 in der Unternehmenskommunikation von Swiss International Air Lines und der Flughafen Zürich AG tätig, unter anderem als Mediensprecherin, Social Media-Managerin und im Bereich der strategischen Kommunikation. ■

Gerhard Andrey übernimmt die Präsidentschaft des Fribourg International Film Festivals und tritt damit die Nachfolge von Mathieu Fleury an. Er ist Freiburger Nationalrat und Werbe- und IT-Unternehmer. Seit 2018 ist er mit dem Freiburger Musiker Pascal Vonlanthen, alias Gustav, Mitgründer und Präsident der Musikakademie «La Gustav». Er bekleidet mehrere ehrenamtliche Posten im kulturellen und politischen Sektor und engagiert sich an der Schnittstelle zwischen Sozialem und Bildung wie im Rahmen seiner Tätigkeit bei LerNetz. ■

Gautier Chiarini ist der neue administrative Leiter des FIFDH. Er begann seine berufliche Laufbahn 2005 an der Schweizer Botschaft in Peking, zunächst als Berater und anschliessend als Menschenrechtsberater sowie als Leiter der Kulturabteilung. Nach zehn Jahren in der chinesischen Hauptstadt wechselte er zu Pro Helvetia nach Zürich, wo er die Leitung der Kulturzentren und des internationalen Netzwerks der Aussenstellen übernahm. Von 2018 bis Ende 2025 baute er die Fondation Opale in Lens (VS) auf und leitete sie. Die Institution widmet sich der Anerkennung und der Förderung der zeitgenössischen Kunst der australischen Ureinwohner in Europa. ■



Nach dem Rücktritt von Doris Fiala übernimmt **Martin Moskowitz** das Präsidium über den Verwaltungsrat des Zurich Film Festivals. Er war langjähriger Vorstandsvorsitzender der deutschen Produktionsfirma Constantin Film und arbeitete als Produzent an über 300 Film- und Fernsehproduktionen. Seit 2019 leitet er an der Hochschule für Fernsehen und Film München den Studiengang Produktion und Medienwirtschaft. 2024 wurde er zum achten Mal in Folge in die Variety 500 aufgenommen, die die weltweit wichtigsten Führungspersonlichkeiten der Medien- und Unterhaltungsindustrie auszeichnet. ■

Erika Burri ist ab dem 1. November die Geschäftsführerin der von den ehemaligen Verbänden GARP und SFP neu gegründeten Allianz der Produzent:innen Schweiz APS. Die erfahrene langjährige Journalistin und TV-Produzentin wird die Geschäftsstelle aufbauen und gegenüber Politik, Behörden und Branchenpartnern repräsentieren. Burri hat internationale Beziehungen, Politik, Wirtschaftsgeschichte und Kommunikation studiert. Zuletzt arbeitete sie als Auslandsredaktorin insbesondere für Frankreich und die USA bei der «Neuen Zürcher Zeitung». Sie war auch jahrelang beim Schweizer Fernsehen SRF und hat die Sendungen «Schawinski» und «Club» mitverantwortet. ■

Laura Kerstjens wurde im Juli 2026 anlässlich der Gründungsversammlung der Allianz der Produzent:innen Schweiz APS zu deren Präsidentin gewählt. Die APS ist aus dem Zusammenschluss der ehemaligen Verbände GARP und SFP entstanden. Zuvor war Laura Kerstjens Generalsekretärin der SFP. Bevor sie die Ausbildung zur Rechtsanwältin absolvierte, war sie in der Unternehmensberatung tätig und beriet Institutionen des öffentlichen Sektors, insbesondere Verwaltungen auf Kantons- und Bundesebene. Seit mehreren Jahren arbeitet sie als Rechtsanwältin, vorwiegend in den Bereichen Arbeitsrecht, Familienrecht sowie Medien- und Urheberrecht. Ausserdem berät sie Filmproduzent:innen in allen Fragen des Filmrechts. ■

Von der dringlichen Wichtigkeit

Von Pablo Callisaya, Filmemacher

Im zeitgenössischen Deutschschweizer Kino beobachte ich vier häufig wiederkehrende Motive. Es sind Geschichten, die ihre Bedeutung bereits mitbringen, statt sie erst durch den Film zu behaupten. Der Film gilt als wichtig wegen seines Themas, nicht wegen seiner Form. Für uns Filmschaffende ist die Versuchung gross, uns an Stoffe zu klammern, deren Dringlichkeit ausser Frage steht. Wer im Dossier die geforderte gesellschaftliche Relevanz nicht nachweisen kann, hat es schwer bei der Förderung. Doch eine relevante Thematik garantiert noch keinen guten Film. Das Schweizer Kino hat offenbar weniger Angst davor, schlecht zu sein, als davor, unwichtig zu sein.

Erstens, Neo-Misérabilisme: Das Anliegen ist dringlich, die Haltung eindeutig, die Empörung immanent. Beim neo-misérabilistischen Film steht nicht die eigene Erfahrung im Zentrum, sondern die Betroffenheit über fremdes Leid, das aus sicherer Distanz zum relevanten Gegenstand erklärt wird. Die Geschichte soll nicht nur interessieren oder berühren, sondern etwas beweisen. Film und Publikum wissen stets, auf welcher Seite sie stehen. Das macht den Film fast immun gegen Kritik, denn diese wird schnell als Herabwürdigung des Anliegens verstanden. Besonders deutlich wird das bei Podiumsgesprächen. Man spricht über das Problem, nicht über den Film, denn dieser dient als Mittel zum Zweck. Am Ende steht die gemeinsam erlebte Empörung. Man ist betroffen, hat hingeschaut und verstanden und geht mit dem Gefühl nach Hause, auf der richtigen Seite zu stehen.

Zweitens, Der postironische Heimatfilm: Ein Tal im Nebel, Bauern beim Kühenmelken, Handwerker mit schmutzigen Händen, ein ungewöhnlicher Dialekt, ein altes Brauchtum. Der postironische Heimatfilm steckt im Clinch zwischen Nostalgie und Idealzukunft. Der Blick ist liebevoll, aber nicht auf Augenhöhe. Die Figuren wirken authentisch, eigenwillig, wortkarg, werden aber meist mit einem Augenzwinkern betrachtet. Man bewundert



© ZVG

ihre Welt, beneidet ihre Einfachheit, belächelt aber ihre Weltsicht. Damit schafft der Film die Distanz, die es dem kulturrainen Publikum erlaubt, diese Nostalgie zu geniessen, ohne sich zu ihr bekennen zu müssen. Die Vergangenheit darf schön sein, solange klar bleibt, dass man selbst nicht zurückwill. Die Heimat darf Heimat sein, solange man ein wenig über sie lachen kann.

Drittens, Museumskino: Schweizer Geschichte wird aufwendig

rekonstruiert und pflichtbewusst, unpersönlich und durchschaubar profitorientiert nacherzählt. Es sind Grossproduktionen mit der Hoffnung auf kulturelle und pädagogische Relevanz. Was historisch wichtig war, muss auch wichtiges Kino ergeben. Die Filme wirken wie verfilmte Wikipedia-Artikel. Man arbeitet Fakten ab und setzt mehr auf korrekte Ausstattung als auf Haltung. Geschichte wird nicht neu interpretiert, sondern überliefert. Eine Vollkasko versicherte Equipe und Besetzung runden das Profil ab. Das Ergebnis ist dossierfest, aber leider auch etwas mutlos. Das Kinoerlebnis fühlt sich an wie ein sonntäglicher Familienbesuch im Museum.

Viertens, Der Selfiefilm: Das eigene Leid, die Risse in Familie, Freundeskreis und Beziehung dienen als Themenquellen. Traumadeutung wird zum cinematischen Selbstporträt, die Kamera zur Therapiecouch und das Publikum zum Analytiker. Die intime Katharsis wird festgehalten und zur Kunst aufgewertet. Über das eigene Wohlbefinden lässt sich kein Kino machen. Nur was wehtut, ist sehenswert. Die persönliche Notwendigkeit der Aufarbeitung wird zur künstlerischen Dringlichkeit. Wer nicht berührt ist, ist herzlos. Kritik am Film ist auch hier riskant, weil, wie beim Neo-Misérabilisme, das Leid real ist und sie dadurch als Kritik an dessen Anliegen verstanden wird.

Ich wünsche mir ein Deutschschweizer Kino, das den Mut hat, sich nicht über seine Thematik abzusichern. Ein Kino, das vertraut, dass Relevanz erst durch Haltung, Form und das Risiko des Filmemachens selbst entsteht, auch auf die Gefahr hin, damit zu scheitern. ■

Impressum

Cinebulletin N° 560 / Oktober 2026
Zeitschrift und Plattform der
Schweizer Filmbranche

Maison des Arts du Grütli
Rue du Général-Dufour 16
1204 Genève
cinebulletin.ch

Herausgeberin
Association Cinebulletin

Verlagsleitung
Daniela Palumbo
daniela.palumbo@cinebulletin.ch

Redaktion Deutschschweiz
Teresa Vena
teresa.vena@cinebulletin.ch

Redaktion Romandie
Adrien Kuenzy
adrien.kuenzy@cinebulletin.ch

Korrespondenz italienische Schweiz
Chiara Fanetti
chiara.fanetti@cinebulletin.ch

Grafikdesign: **Ramon Valle**

Übersetzung: **Nadia Pfeifer, Kari Sulc**

Korrektur: **Jeanne-Marie Chabloz,
Christine Dériaz, Vasco Pedrolini,
Ludovic Roulin**

Leserservice **Gabriel Eichenberger**
abo@cinebulletin.ch
6 Ausgaben im Jahr, Abo: CHF 55.–

Inserateannahme / Beilagen:
inserate@cinebulletin.ch

Druck
Druckerei Jordi AG
ISSN 1018-2098

Publikation der Texte nur mit
Einverständnis des Verlags
und mit Quellenangabe



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Kultur BAK

L'animazione, prima di tutto un incontro

Di Chiara Fanetti

I Lugano Animation Days sono uno spazio in cui conoscersi, condividere esperienze e costruire legami attraverso l'animazione. Ne abbiamo parlato con Ivan Nurchis, regista e cofondatore del festival, in programma a Lugano dal 10 al 15 novembre.

Come è nata l'idea di organizzare un festival dedicato all'animazione in Ticino?

Dopo una decina d'anni come regista alla RSI, dove già negli anni Settanta e Ottanta si lavorava sull'animazione, mi sono trasferito in Asia, dove ho aperto un piccolo studio e cominciato a realizzare cortometraggi. Da lontano mi sono chiesto che cosa stesse succedendo nell'animazione della Svizzera italiana e ho capito che mancava una realtà capace di mettere in contatto i professionisti del settore.

Nel 2019 il Fantoche ha dedicato una sezione alla storia dell'animazione della Svizzera italiana. È stata l'occasione per incontrarci, ma anche per renderci conto di quanto fossimo isolati gli uni dagli altri. Abbiamo cominciato a organizzare serate per conoscerci e da quegli incontri è nato il Lugano Animation Days, che oggi è alla sua sesta edizione.

Lugano Animation Days ha mantenuto questo legame con la scena nazionale?

Certo. Fin dall'inizio abbiamo invitato professionisti e scuole svizzere a partecipare a masterclass e altre attività, ma l'esempio più significativo è KineticLAD, una sezione con cui ogni anno coinvolgiamo otto artisti da tutta la Svizzera, chiedendo loro di realizzare un'opera d'animazione libera, senza imposizioni o vincoli, appositamente per il Festival. È il nostro evento d'apertura, sul modello di un vernissage, con le opere esposte verticalmente sugli schermi. La mostra resta poi visitabile per alcuni mesi allo Studio Foce di Lugano, che ci ospita. È un modo concreto per collaborare e creare



Dibattito con lo studio Centro Generativo. Lugano Animation Days 2025 © Igor Grbesic

relazioni. Anche la GSFA, l'associazione svizzera del film d'animazione, è sempre stata pronta a sostenere queste iniziative.

Uno degli aspetti centrali dei Lugano Animation Days è l'attenzione agli addetti ai lavori. Come si traduce concretamente?

Cerchiamo di creare situazioni che vadano oltre l'incontro professionale: vogliamo favorire uno scambio autentico tra i partecipanti. Lo stesso vale per le masterclass. Non vogliamo lezioni frontali in cui un ospite si limita a raccontare il proprio percorso, ma momenti di apertura e conversazione. Anche lo spazio è organizzato in questo senso: allo Studio Foce gli ospiti si trovano al centro, circondati da elementi attraverso cui presentano il proprio lavoro, e intera-

gono direttamente con i partecipanti, senza limitarsi a un monologo.

Quest'anno la masterclass sarà destinata dedicata al suono nell'animazione, un aspetto fondamentale spesso trascurato. Abbiamo invitato Thomas Gassman, responsabile di Noisy neighbours, uno dei principali studi svizzeri specializzati in questo ambito, con sede a Zurigo. Non vogliamo che il Festival sia un contenitore in cui la gente guarda dei video e poi torna a casa. Cerchiamo di coinvolgere gli artisti nelle proiezioni, nelle discussioni e anche in momenti di leggerezza, come i concerti del sabato sera.

Il vostro impegno non si limita ai giorni del festival. Quali attività svolgete durante l'anno?



Retrouvez la traduction française sur **cinebulletin.ch**



Die deutsche Übersetzung finden Sie auf **cinebulletin.ch**

Les Lugano Animation Days misent sur la rencontre et défendent une création artisanale.

SUD-EST

Die Lugano Animation Days setzen auf Begegnung und treten für handwerkliches Schaffen ein.

Il Lugano Animation Days è portato avanti da quattro persone: io, Alessia Passoni, Omar El Araby e Bruno Machado ed io. Lavoriamo tutto l'anno, organizzando serate estive e primaverili e portando l'animazione nelle scuole che ci chiedono di curare giornate ad essa dedicate. Da un anno stiamo sviluppando una collaborazione con la Scuola specializzata superiore d'arte applicata (SSSAA), con l'obiettivo di costruire un rapporto che vada oltre la settimana del Festival. Per noi è importante far conoscere l'animazione e aprire le porte a tutti. Per questo l'intero festival è gratuito. Finché le risorse finanziarie lo permetteranno, vogliamo mantenere questa impostazione.

Visionando centinaia di cortometraggi per ogni edizione, quali tendenze o cambiamenti avete osservato nell'animazione internazionale negli ultimi anni?

È impressionante l'aumento della stop motion. Mentre oggi tutti parlano di intelligenza artificiale, da tutto il mondo ci arrivano lavori realizzati con questa tecnica, spesso di altissimo livello, e in questi sei anni la tendenza si è consolidata. È interessante pensare che possa essere anche una reazione all'intelligenza artificiale.

Un'altra tendenza, sempre più evidente, riguarda il tono e i contenuti. Guardiamo centinaia di cortometraggi e notiamo che le storie sono sempre più malinconiche, tristi. È una sensazione molto forte: ricorre spesso il tema dello smarrimento, personale e collettivo, e molte opere raccontano la perdita di punti di riferimento dell'individuo e della società.

A proposito della stop motion, visto il suo crescente successo, state pensando di dedicarle uno spazio specifico nel programma?

In tutte le sezioni ci sono già molti lavori in stop motion, ma stiamo valutando la possibilità di creare uno spazio dedicato. Ci affascina sempre di più l'aspetto analogico dell'animazione. Abbiamo cominciato a procurarci alcune apparecchiature e vo-

gliamo sviluppare questo progetto. Da alcuni anni invitiamo Basil Vogt, un artista zurighese che progetta e costruisce macchine ottiche analogiche e interattive per musei e scuole, ispirate a quelle che sono all'origine stessa di questo linguaggio. Quest'anno sarà presente al festival con un prassinoscopio, realizzato da lui appositamente per i LAD.

Qual è la vostra posizione sull'intelligenza artificiale e come incide sulla selezione delle opere?

L'anno scorso abbiamo organizzato, in collaborazione con lo studio luganese Centro Generativo, un dibattito sull'interazione tra animazione e IA, affrontando le opportunità e le sfide professionali, legali ed etiche. È stato molto interessante, ma per la selezione del Festival la nostra posizione è chiara: non accettiamo animazioni che includano contenuti realizzati con l'IA, nemmeno in minima parte.

Non siamo contrari all'IA in quanto tale, ma crediamo che la forza dell'animazione risieda nell'artigianalità e nel tempo consacrato dedicato alla creazione. Anche quando si lavora al computer, è fondamentale una base artistica. Realizzare un'animazione richiede tempo, e quel tempo permette di riflettere non soltanto sulla storia, ma anche sui movimenti, sulle espressioni e su ogni singolo gesto. È un processo che lega profondamente l'esperienza dell'artista a ciò che sta creando. Temiamo che l'IA possa mettere in secondo piano questa dimensione artigianale, mentre a noi interessa un'animazione che valorizzi le idee e l'espressione umana, non la facilità di produzione. Crediamo comunque che sul tema ci sia un po' d'isteria e che, per ora, i lavori generati artificialmente risultino spesso troppo simili tra loro.

Quali sono oggi i punti di forza dell'animazione svizzera e gli aspetti su cui si potrebbe lavorare ulteriormente?



Manifesto 2026 - Lugano Animation Days

In Svizzera ci sono scuole, competenze, strumenti e opportunità, oltre a realtà d'eccellenza, come lo studio Hélim Films di Claude Barras e Élie Chapuis, a Losanna. Ogni anno le scuole formano molte persone e vengono sviluppati numerosi progetti, soprattutto nella Svizzera francese e nella regione di Zurigo, mentre nella Svizzera italiana il sostegno allo sviluppo dei progetti è più limitato.

Un aspetto su cui credo ci sia ancora margine di crescita riguarda le storie. Le capacità tecniche sono ottime, ma a volte manca la profondità nel modo di affrontare un tema, di raccontare un'esperienza personale e di renderla universale. È una questione che riguarda il settore audiovisivo nel suo insieme. Un'altra sfida è creare più opportunità professionali, affinché chi si forma possa continuare a lavorare nell'animazione artistica e contribuire allo sviluppo del settore. Le competenze e le eccellenze da cui partire non mancano. ■